Commenti

DOMANI SULLA «DOMENICA»
Si apre con un testo di Orhan Pamuk il numero del «Domenicale» in edicola domani. Una profonda riflessione del premio Nobel turco su come pittura e letteratura siano intrinsecamente legate. Tra gli altri articoli del supplemento, anche un ampio stralcio della Lectio magistralis che ha tenuto il cantautore Ivano Fossati in occasione del conferimento della sua laurea honoris causa all'Università di Genova. Un ispirato ragionamento che fonde tecnica musicale, industria e virtù artistiche.

Inflazione temporanea tra aspettative e concorrenza

Falchi & Colombe
Donato Masciandaro

Entro due anni l'inflazione tornerà normale. C'è da crederci? Tutto dipenderà dalle aspettative, e dai comportamenti dei sindacati, di cui si parla tanto, ma anche delle imprese, di cui si parla molto meno. Senza dimenticare i governi: se il dovere della Bce è quello di essere più trasparente e responsabile, quello delle autorità antitrust, e dei politici, è vigilare sui deficit di concorrenza.
Tre giorni fa il Consiglio dei Ministri ha approvato il documento di economia e finanza (Def) del 2023 per il triennio 2024-2026. Riguardo l'inflazione, lo stesso documento, nell'aprile dello scorso anno, prevedeva il suo rientro sotto il 2% entro il 2025, mentre l'inflazione di quest'anno era prevista di poco superiore al due percento.
Una previsione che rifletteva il generale consenso di avere a che fare con una inflazione di natura assai temporanea. La previsione è risultata errata.
Ora il Def prevede per quest'anno una inflazione vicina al 6%, ma continua a vedere l'inflazione tornare normale nel 2025. Sono proiezioni in linea con quelle della Bce, per i prezzi dell'area Euro. Ma sono robuste?
Tutto dipenderà da due elementi, tra loro incrociati: le aspettative da un lato, i comportamenti di imprese, sindacati, ma anche di Bce e governi, dall'altro lato.
Il meccanismo di formazione dei prezzi dipende da tre fattori: il prezzo degli input necessari per produrre e distribuire, il costo del lavoro, il margine di profitto. In questi mesi i riflettori sono stati tutti accesi sul primo fattore. Anche il secondo fattore è stato, ed è continuamente, monitorato, soprattutto dalle banche centrali. L'andamento del costo del lavoro è il meccanismo che viene osservato quando si parla della maggiore incertezza: se viene incorporata nei meccanismi di ricontrattazione salariale, ecco che aumenta il rischio che un shock temporaneo abbia un riflesso permanente.

> OCCORRERÀ VALUTARE CON MOLTA ATTENZIONE I COMPORTAMENTI DI BANCHE, IMPRESE E SINDACATI

Però va dato atto alle banche centrali di aver accesso la luce anche su un secondo meccanismo che può legare l'aumento dell'incertezza con un crescita dei prezzi: il margine di profitto. Tre diversi interventi- Lagarde e Panetta della Bce, Bailey della Banca d'Inghilterra – hanno suggerito alle autoritità nazionali – governi ed agenzie a tutela della concorrenza – di guardare alla dinamica del margine come focolaio di inflazione permanente. La logica è semplice, con uno stesso punto di partenza: le aspettative. Ciascun operatore, sia esso lavoratore o imprenditore, subisce in maniera passiva i rincari di alcuni prezzi, ma, se controlla almeno un prezzo, può traslare i rincari, effettivi, presunti, ma anche inventati, su altri operatori. Quanto è alta la capacità di traslare? Dipende dal grado di concorrenza sui mercati dei beni e dei servizi. Ecco che la tutela della concorrenza può diventa un fattore importante, proprio perché scelte ed aspettative sono due facce della stessa medaglia.
Di riflesso, anche le autorità di politica economica devono fare la loro parte. Per la politica monetaria, le banche centrali – Bce in testa – possono influenzare positivamente le aspettative se definiscono in maniera il più possibile chiara e sistematica le loro scelte future, a partire dal sentiero dei tassi. Per la politica della concorrenza, autorità antitrust e governi, a partire da quello del nostro Paese, possono influenza sia le scelte, combattendo le rendite di posizione, sia le aspettative.
È una battaglia che riguarda la congiuntura, ma anche il più lungo periodo. Prendiamo la transizione ecologica: se non viene ben gestita, gli effetti sull'inflazione strutturale possono essere anche molto negative. Le imprese vanno incentivate in quella direzione, ed ogni regolamento o legge deve essere una occasione per farlo. Il governo ha appena varato un provvedimento per aumentare la propensione delle imprese a raccogliere capitale di rischio.
Può essere uno strumento efficace anche per introdurre corsie preferenziali per imprese che vogliano essere più "verdi". Se il fine è buono, ogni strada è utile.

Perché il documento della Germania può convenire all'Italia

Bussola & Timone
Giovanni Tria

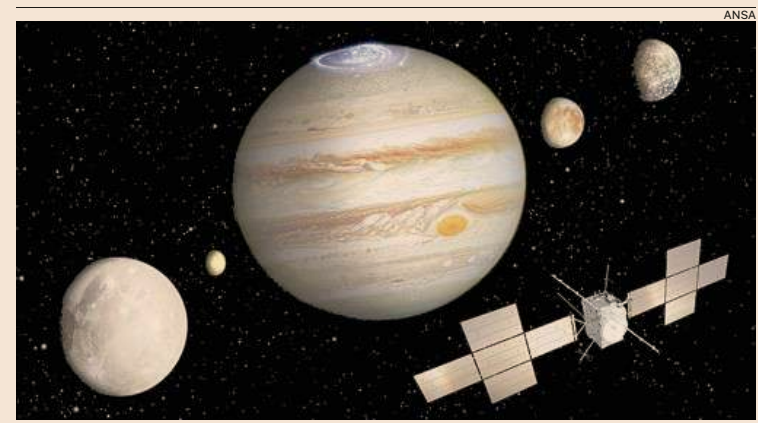
Ieri su questo giornale è stato richiamato un "technical non paper" presentato come risposta del governo federale tedesco alle conclusioni dell'Ecofin del 14 marzo sulla proposta avanzata dalla Commissione europea per la riforma del Patto di stabilità e crescita. Il documento aveva ricevuto alcuni commenti ostili sulla stampa italiana essendo stato presentato come la solita riaffermazione della rigidità tedesca in tema di controllo dei debiti sovrani e, quindi, essenzialmente come contrario agli interessi italiani. Non sono affatto sicuro che le cose stiano in questo modo. Al contrario credo che il documento tedesco sia una piattaforma di discussione molto più conveniente per l'Italia della originaria proposta della Commissione e, in ogni caso, sia una buona base per l'aggiustamento della proposta della Commissione nelle parti che ritengo siano inaccettabili dall'Italia.
Il "technical non paper" contiene, infatti, due affermazioni centrali. La prima è che i piani che ogni Paese deve concordare con la Commissione per ciò che riguarda il percorso di aggiustamento fiscale, cioè di riduzione del rapporto debito/Pil, non può basarsi sul cosiddetto Dsa, cioè su una analisi di sostenibilità del debito. Come affermato nel documento, questa da sola non è uno strumento appropriato perché estremamente sensibile ai «cambiamenti delle assunzioni che la determinano e alla loro complessità», così come rilevato anche dalla Banca d'Italia nelle audizioni al Parlamento italiano. Non si tratta di un problema tecnico. Al contrario, è una questione essenzialmente politica. Nella proposta della Commissione l'analisi di sostenibilità del debito doveva essere effettuata dalla Commissione, resa pubblica, e su questa base la Commissione avrebbe redatto il percorso da sottoporre al Paese membro. Inoltre, questa analisi sarebbe dovuta partire dalla suddivisione dei Paesi membri in tre «fasce di rischio» a cui dovrebbero corrispondere diversi percorsi da concordare con la Commissione. In tal modo si aprirebbe la strada a diverse valutazioni di «rischio» dei debiti sovrani dei vari Paesi e, quindi, si aprirebbe la strada alla vecchia idea discussa in Europa sul fatto che non tutti i titoli di debito sovrano debbano essere considerati «titoli sicuri» nelle valutazioni ufficiali bancarie. Le valutazioni di sostenibilità dei debiti, soprattutto se condotte ufficialmente, possono essere sempre interpretate male dai mercati e sono suscettibili di generare instabilità finanziaria. La seconda affermazione del documento tedesco è che si deve puntare se criteri quantitativi, chiari, verificabili e uguali per tutti ed è quindi preferibile a un sistema che esporrebbe ogni Paese a una trattativa che rischia di diventare opaca e indeterminata. D'altronde, un principio generale che è bene seguire quando si stabiliscono delle regole è quello che si usa definire come il "velo d'ignoranza". In altri termini le regole del gioco devono essere fissate non sapendo in quale situazione si trovano o si troveranno i giocatori delle varie squadre. Fuor di metafora, le maggioranze politiche cambiano in Europa e cambiano nei vari Paesi e, se le regole non sono chiare, non è detto che la loro applicazione rispetterà sempre una corretta neutralità politica. L'abbandono dell'uso determinante delle analisi di sostenibilità deve, quindi, essere accompagnato da qualche regola chiara e quantificabile. Il documento tedesco in discussione ne contiene più d'una. Quella che ha colpito in Italia coloro che temono una nuova ondata di austerità è quella secondo cui il percorso di medio-lungo termine di riduzione del rapporto debito/Pil debba prevedere per i Paesi ad alto debito una riduzione ogni anno di un punto percentuale del rapporto. Certo, si tratta di un vincolo chiaro, ma vorrei far notare che partendo da un rapporto debito/Pil di circa il 145%, ci vorrebbero almeno 40 anni per arrivare a un più accettabile rapporto pari al 100 per cento. Difficile dire che l'obiettivo nazionale, nel nostro interesse, debba essere ancora meno ambizioso, soprattutto in assenza di eventi catastrofici simmetrici o asimmetrici i quali in ogni caso farebbero scattare clausole di sospensione. Per quanto riguarda la regola della spesa come «comune benchmark quantitativo», già prevista nella proposta della Commissione, c'è da lavorare nel definire ciò che deve essere incluso nell'aggregato di spesa rilevante per la regola stessa e ciò che deve esserne escluso. Certamente c'è da negoziare sul modo in cui considerare la spesa per investimenti, e nel documento tedesco il tema viene richiamato. In conclusione, non conviene all'Italia che si discuta di «sostenibilità» del proprio debito, perché esso certamente lo è. Altra cosa è discutere sulla sua riduzione, e su questo ci si può impegnare in modo credibile. L'approccio proposto dalla Germania mi sembra andare in questa direzione ed essere corretto e di garanzia per tutti, anche se si tratterà di discutere sui «numeri» relativi ai criteri quantitativi su cui convergere nel negoziato.
È più conveniente avere poche regole chiare per tutti piuttosto che entrare in piani concordati ma rigidi in un mondo in continua evoluzione. La storia del Pnrr ci deve insegnare qualcosa.

Il valore umano in cima alle intenzioni di ogni impresa

Il libro

Simona Ruffino

Il libro *Neuromarketing etico. Ascoltare le persone per costruire brand efficaci* (Hoepli, pagg. 288, € 24,90) è il risultato di molti anni di riflessioni, di studio, di meticolosa ricerca non solo delle competenze ma soprattutto della maniera di avvicinarmi a chi sceglie di offrirmi la sua fiducia. Non c'è niente di più chiaro per me, nel mio approccio al lavoro, che il concetto di cura. In queste pagine troverete teorie, riferimenti alla letteratura neuroscientifica, accenni e metodi di applicazione, definizioni, riflessioni etiche. Il mio tono di voce non sarà sempre lo stesso, perché ho cercato di calibrarlo esattamente come faccio nel mio quotidiano, quando mi trovo a confrontarmi con argomenti differenti. Ho sempre pensato di essere plurale e di dover utilizzare tutti i registri che mi piacciono. Quello che desidero sappiate fin da subito è che l'ho scritto perché credo sia possibile realizzare un'impresa migliore.
Un'impresa che metta il valore umano in cima alle sue intenzioni, che creda nell'ascolto e nella condivisione. Ho una visione del marketing e della comunicazione che combacia con una prospettiva etica per il mondo e sono convinta che entrambe possano realizzarsi. L'educazione alla complessità, alla cultura, a una maniera gentile e misurata di realizzare ogni cosa credo possa concretizzarsi in obiettivi d'impresa capaci di essere estremamente efficaci. Il tempo e la vita mi hanno guidata in percorsi non sempre lineari e mi hanno insegnato che non è possibile delegare l'opportunità di essere parte attiva nei processi di cambiamento ed evoluzione. Nel mio piccolo provo ogni giorno a fare divulgazione, a proporre pagine nuove nel mio ambito lavorativo, a sostenere chi ha meno strumenti e a costruire un lessico di valorizzazione delle differenze e dell'universo umano, che ci vede sempre diversi eppure uguali. Ho educato il mio pensiero critico e mi sono mossa con grande severità nei confronti di me stessa durante la stesura di queste pagine. Per scelta non ho voluto riproporvi tutto quello che potete trovare in letteratura e comunque ho selezionato solo quello che ho ritenuto imprescindibile per cogliere il senso autentico di questo libro. Per acquisire in maniera completa tutto quello che c'è da sapere tecnicamente in merito a questa straordinaria disciplina,
vi invito a leggere i testi della collana «Neuromarketing», convinta del fatto che sapranno insegnarvi molto. La mia intenzione non era tanto quella di parlare del come realizzare le neuroscienze applicate al marketing e alla comunicazione quanto del perché. Chi si occupa di *branding* frequenta l'umano molto più di quanto si possa immaginare, e ne ha grande rispetto. Si guarda con affetto la platea del mondo e si lavora con la meticolosità dei sarti. Tanto tempo fa c'è stato chi ha acceso in me il desiderio di essere una donna e una professionista migliore, chi mi ha aiutata a delineare il profilo di chi avrei potuto essere, offrendomi la possibilità di crescere e di mettere a disposizione degli altri le mie competenze e il mio modo di fare questo lavoro.
Mi auguro che il libro possa essere una bussola per chi è un addetto ai lavori e per chi deve trovare una chiave di lettura per fare impresa. Io ho fatto del mio meglio per rendervi partecipi del mio sentire e spero possiate essere indulgenti e cogliere l'onestà con la quale ho provato a raccontarvi quanto ho imparato e quanto applico, ogni giorno, nelle aziende con cui lavoro.

ANSA

SONDA JUICE
Viaggio alla scoperta di Giove

Ieri, dalla Guyana Francese, è partita la sonda Juice verso Giove e le sue lune ghiacciate che potrebbero ospitare la vita. A bordo molto Made in Italy, grazie alla nostra Agenzia spaziale, a enti e università.

Il Sole
24 ORE

DIRETTORE RESPONSABILE
Fabio Tamburini

VICEDIRETTORI
Daniele Bellasio (Responsabile online)
Jean Marie Del Bo
Alberto Orioli (Vicario)

CAPOREDATTORE CENTRALE
Roberto Iotti

CAPO DELLA REDAZIONE ROMANA
Giorgio Santilli

UFFICIO CENTRALE
Fabio Carducci (vice Roma),
Balduino Ceppetelli, Giuseppe Chiellino, Laura Di Pillo, Marco Libelli, Armando Massarenti, Mauro Meazza (segretario di redazione)

LUNEDÌ
Paola Dezza

UFFICIO GRAFICO CENTRALE
Adriano Attus (creative director)
Francesco Narracci (art director)

RESPONSABILI DI SETTORE
Riccardo Barlaam (Economia e politica internazionale)
Giulia Crivelli (Moda24 – Viaggi)
Maria Carla De Cesari (Norme & Tributi)
Marco Ferrando (Finanza & Mercati)
Alberto Grassani (Imprese & Territori)
Laura La Posta (Rapporti)
Stefano Salis (Commenti-Domenica)
Pierangelo Soldavini (Nòva24)
Giovanni Uggeri (Food24)
Gianfranco Ursino (Plus24)

SOCIAL MEDIA EDITOR
Marco lo Conte (coordinatore)

PROPRIETARIO ED EDITORE
Il Sole 24 ORE S.p.A.

PRESIDENTE
Edoardo Garrone

VICE PRESIDENTE
Claudia Parzani

AMMINISTRATORE DELEGATO
Mirja Cartia d'Asero

SEDE LEGALE - DIREZIONE E REDAZIONE
Viale Sarca, 223 - 20126 Milano
Tel. 023022.1 - Fax 0243510862

AMMINISTRAZIONE
Viale Sarca, 223 - 20126 Milano

REDAZIONE DI ROMA
P.zza dell'Indipendenza 23b/c - 00185
Tel. 063022.1 - Fax 063022.6390
e-mail: letterealsole@ilsole24ore.com

PUBBLICITÀ
Il Sole 24 ORE S.p.A. – SYSTEM
DIREZIONE E AMMINISTRAZIONE
Viale Sarca, 223 - 20126 Milano
Tel. 023022.1 - Fax 023022.214
e-mail: segreteriadirezionesystem@ilsole24ore.com

PREZZI
con "Instant English" **€12,90** in più; con "Il trust in parole semplici" **€12,90** in più; con "Comunicare scienza e innovazione" **€12,90** in più; con "Instant Moda" **€12,90** in più; con "Il caso Superbonus" **€12,90** in più; con "Universo barbecue" **€12,90** in più; con "Instant Filosofia orientale" **€12,90** in più; con "Management 1: Gestione del personale, leadership" **€12,90** in più; con "Instant Spagnolo" **€12,90** in più; con "Auto Elettrica" **€12,90** in più; con "Management 2: Come raggiungere le massime prestazioni" **€12,90** in più; con "Quid+ 1: Mindfulness per i più piccoli" **€10,90** in più; con "Privacy e controllo dei lavoratori" **€10,90** in più; con "Casa - Acquisto e vendita" **€10,90** in più; con "Terzo settore" **€10,90** in più; con "Le rettifiche del fisco" **€10,90** in più; con "IVA in edilizia" **€10,90** in più; con "Welfare aziendale" **€10,90** in più; con "Il nuovo bilancio" **€10,90** in più; con "Aspenia" **€12,00** in più; con "HTSI" **€2,00** in più.
Prezzi di vendita all'estero:
Costa Azzurra **€ 3**, Svizzera **SFR 3,90**

Il responsabile del trattamento dei dati raccolti in banche dati di uso redazionale è il direttore responsabile a cui, presso il Servizio Cortesia, presso Winflow Società Cooperativa – Via Rizzoli, 4 20132 Milano. (telefono 02.30.300.600), ci si può rivolgere per i diritti previsti dal regolamento generale sulla Protezione dei Dati 2016/679. Manoscritti e fotografie, anche se non pubblicati, non si restituiscono. — **Modalità di abbonamento al quotidiano:** Prezzo di copertina in Italia: €2,00 da lunedì a sabato, € 2,50 per l'edizione della domenica. Prezzo Abbonamento Italia per 12 mesi al quotidiano in versione cartacea: € 419,00 in caso di consegna postale. L'Abbonamento alla versione cartacea non comprende il magazine "How to Spend It". Sono disponibili altre formule di abbonamento all'indirizzo www.ilsole24ore.com/abbonamenti. Per l'abbonamento estero in Svizzera e Costa Azzurra, rivolgersi al Servizio Abbonamenti (tel. 02.30.300.600 oppure servizio.abbonamenti@ ilsole24ore.com). Per il resto del Mondo è disponibile solo l'abbonamento al quotidiano in versione digitale. Per sottoscrivere l'abbonamento è sufficiente inoltrare la richiesta via EMAIL all'indirizzo servizio.abbonamenti@ ilsole24ore.com oppure via FAX al N. 023022.2885, oppure per POSTA a Il Sole 24 ORE S.p.A. - Servizio Abbonamenti - Casella Postale 10592 - 20111 Milano, indicando: NOME / COGNOME / AZIENDA / VIA / NUMERO CIVICO / C.A.P. /LOCALITÀ / TELEFONO e FAX/EMAIL. — **Servizio abbonamenti:** Tel. 02.30.300.600 (con operatore da lunedì a venerdì 8:30-18:00) - Fax 023022.2885 - Email: servizio.abbonamenti@ilsole24ore.com — **Servizio arretrati per i non abbonati:** (Non disponibili le edizioni cartacee più vecchie di 12 mesi dalla data odierna). Inoltrare richiesta via email all'indirizzo servizio.cortesia@ilsole24ore.com oppure contattare telefonicamente il numero 02 30.300.600 allegando la fotocopia della ricevuta di versamento sul c.c.p. 519272 intestato a Il Sole 24 ORE S.p.A. oppure via fax al numero 02 opp 06 3022.2519. Il costo di una copia arretrata è pari al doppio de l prezzo di copertina del giorno richiesto. Non verranno rimborsate le istanze relative ad edizioni più vecchie di 12 mesi dalla data odierna. — **Stampatori:** C.S.Q. - Centro Stampa Quotidiani, Via dell'Industria 52 - 25030 Erbusco (BS) - S.T.E.C. - Società Tipografico Editrice Capitolina, Via Giacomo Peroni 280 - 00131 Roma (RM) - L'Unione Sarda S.p.A , Via Omodeo 12 - Elmas (CA) - S.e.s. Società Editrice Sud S.p.A., via Uberto Bonino 15/c - 98124 Messina (ME). — **Distribuzione Italia:** m-dis Distribuzione Media S.p.A., via Cazzaniga 1 - 20132 Milano, Tel. 022582.1 — Registrazione Tribunale di Milano n 322 del 28.11.1965.
La tiratura del Sole 24 Ore di oggi, 15 Aprile 2023 è stata di 85.670 copie

Certificato nr. 9203 rilasciato il 08-03-2023